

Upaya Peningkatan Promosi Peternakan Ayam Merawang Dengan Memanfaatkan Media Sosial

¹*Fitriyani, ²Devi Irawan, ³Lili Indah Sari

Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur¹²³

*Email: ¹fitriyani@atmaluhur.ac.id, ²deviirawan@atmaluhur.ac.id, ³lilie@atmaluhur.ac.id

ABSTRAK

Digital marketing merupakan sarana untuk mempromosikan produk dan menjangkau area pemasaran yang lebih luas. *Digital marketing* juga merupakan tempat bertukar informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat yang lebih luas. Hal ini adalah merupakan alasan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan promosi pada peternakan ayam merawang. Data yang diperoleh melalui wawancara dengan narasumber, observasi langsung ke peternakan ayam merawang. Dengan memanfaatkan media sosial diharapkan peternakan ayam merawang dapat lebih maju dikarenakan masyarakat bisa melihat update status tentang harga, kondisi kandang dan jenis ayam merawang. Media sosial yang digunakan antara lain Facebook, Instagram, Whatsapp dan Tiktok.

Kata kunci : *digital marketing*, sosial media, ayam merawang

ABSTRACT

Digital marketing is a means to promote products and reach a wider marketing area. Digital marketing is also a place to exchange information and communicate with the wider community. This is the reason for using social media to increase promotions on Merawang chicken farms. Data obtained through interviews with sources, direct observation at the Merawang chicken farm. By utilizing social media, it is hoped that Merawang chicken farming can be more advanced because people can see status updates regarding prices, cage conditions and types of Merawang chickens. The social media used include Facebook, Instagram, Whatsapp and Tiktok.

Key words: *digital marketing, social media, rooster*

PENDAHULUAN

Ayam merawang merupakan ayam khas Bangka yang berasal dari desa Merawang Kecamatan Sungailiat. Ayam ini berasal dari cina daratan yang dibawa oleh pekerja tambang timah sekitar 300 tahun lampau, kemudian dipelihara oleh masyarakat pertama kali di Desa Merawang, Pulau Bangka. Ayam merawang berasal dari spesies *gallusgallus*, family *Phasianidae*. Ayam merawang mempunyai keseragaman

bentuk fisik, kemampuan adaptasi dengan baik pada keterbatasan lingkungan dan ciri khas yang berbeda dengan rumpun ayam asli atau ayam local lainnya (Hardini, 2004).

Ayam ini merupakan ayam buras yang dikembangkan menjadi ayam pedaging dan juga ayam petelur dengan produksi telur mencapai 125 butir/tahun. Ayam merawang jantan memiliki presentase karkas sebesar 62,78% sedangkan ayam merawang betina memiliki persentase

karkas sebesar 55,28% (Sinolungan & Lalamentik, 2019).

Peternakan ayam merawang ini sangat jarang di Pulau Bangka dikarenakan ayam jenis ini jarang untuk diternakkan oleh peternak ayam serta bibit yang susah untuk didapatkan, walaupun ada bibit yang tersedia tapi stoknya terbatas. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi mengenai keberadaan peternakan ayam merawang serta informasi tentang harga satuan ayam merawang berdasarkan umur ayam tersebut (Frasiska, Wulansari & Rahayu, 2020).

Diperlukan promosi melalui media social yaitu melalui whatsapp, Instagram, tiktok dan facebook. Hal ini dilakukan dikarenakan masyarakat kita merupakan pengguna media sosial, jadi merupakan media promosi yang sangat manjur untuk mempromosikan ayam merawang kepada masyarakat baik yang berada di Bangka Belitung maupun diluar daerah Bangka Belitung (Hartanti & Oktiyani, 2020).

RUMUSAN MASALAH

Masalah yang terjadi adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik peternakan sehingga banyak informasi yang tidak tersampaikan kepada masyarakat antara lain tentang lokasi peternakan, harga ayam merawang dan kondisi merawang. Selama ini pemilik hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Hal ini terjadi dikarenakan pemilik belum terbiasa dengan media sosial apalagi mempromosikan ayam merawang melalui teknologi yaitu salah satunya media sosial. Pemilik juga tidak memiliki akun media sosial kecuali whatsapp sehingga tidak bisa melakukan promosi melalui media sosial.

METODE

Tahapan kegiatan pelatihan ini meliputi :

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dimulai dari mempersiapkan proposal kegiatan yang

diajukan ke bagian LPPM pada tanggal 21,22 Mei 2024, setelah disetujui dan diteruskan ke bagian keuangan maka langkah selanjutnya adalah menyiapkan materi tentang teknologi digital yang akan disampaikan ke pemilik peternakan ayam merawang pada 24 Mei 2024.

2. Tahap pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari selasa tanggal 6 dan 7 Juni 2024 selama 16 jam dimulai pukul 08.00 sampai pukul 16.00. Materi yang disampaikan yaitu strategi marketing berbasis digital untuk meningkatkan penjualan.

3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi ditandai dengan berakhirnya kegiatan pelaksanaan pelatihan, lalu dibuatkan laporan pertanggungjawaban kegiatan dan laporan pertanggungjawaban anggaran yang ditujukan ke bagian LPPM dan diteruskan ke bagian keuangan. Pada tahap ini juga, tim pemateri membuat artikel untuk diterbitkan dalam jurnal nasional.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan selama 2 hari yaitu pada tanggal 6-7 Juni 2024 selama 16 jam mulai dari pukul 08.00 sampai 16.00.

Adapun jadwal kegiatan mulai dari tahap persiapan sampai tahap evaluasi :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan Kepemimpinan Dasar Untuk Membentuk Jiwa Kepemimpinan

No	Tanggal Kegiatan	Waktu	Kegiatan
1	21-22 Mei 2024	16 Jam	Pembuatan Proposal
2	24 Mei 2024	8 Jam	Persiapan Materi

3	6-7 Juni 2024	16 Jam	Pelatihan
4	16 Juli 2024	8 Jam	Pembuatan Artikel
5	16 September 2024	16 Jam	Pembuatan Laporan



Gambar 1 Kondisi Kandang

PEMBAHASAN

1. Pola & Cara Beternak Ayam Merawang

Aspek Yang Diperhatikan :

a. Lingkungan

Pada Prinsipnya Lingkungan Bangka Belitung sangat cocok karena ayam merawang adalah ayam yang sudah turun temurun di pelihara / dikembangkan oleh masyarakat Bangka.

a. Iklim/cuaca pulau bangka sangat baik dan sudah terbiasa untuk ayam merawang.

2. Kandang

a. Bentuk /Wadah /Fungsi

1. Bibit Usia 1 Hari s/d 3 Minggu Pertama

a. Untuk anak / Bibit / doc harus mendapat perlakuan yang khusus karena inilah yang menentukan keberhasilan/mengatasi faktor kematian bibit ayam tersebut.

b. Faktor suhu kandang dapat mempengaruhi kesehatan bibit ayam .

c. Faktor Kebersihan Kandang yang harus juga selalu diperhatikan.



Gambar 2 Kondisi Tempat Penetas

b. Ayam Usia Diatas 3 Minggu s/d 5 Minggu

a. Ayam sudah bisa dipindahkan kekandang yang lebih besar disesuaikan dengan jumlah ayam yang ada

b. Bentuk kandang harus tertutup paling tidak setengah dari tinggi kandang agar ada sirkulasi udara yang cukup

c. Letak kandang harus dapat sinar matahari pagi



Gambar 3 Foto ayam usia 3-5 minggu

c. Ayam Umur 5 Minggu s/d 12 Minggu (siap jual)

- a. Biasanya telah mencapai berat 1,2 Kg s/d 1,5 Kg
- b. Kandang ada 2 alternatif
 1. Dengan pola kandang panggung
 - a. Harus memperhatikan kotoran ayam dan sisa pakan
 - b. Harus tertutup setengah dari ukuran tinggi kandang
 - c. Perhatikan juga sirkulasi udara & cahaya matahari
 2. Dengan pola kandang di tanah
 - a. Harus memperhatikan kotoran ayam dan sisa pakan
 - b. Harus tertutup setengah dari ukuran tinggi kandang
 - c. Perhatikan juga sirkulasi udara & cahaya matahari



Gambar 4 Foto ayam usia 5-12 minggu

3. Pakan/makanan ternak

- a. Usia 1 Hari s/d 3 Minggu
 - a. Diberi pakan pabrikan yaitu pellet sesuai dengan jumlah bibit
 - b. Minum ayam diberikan dengan campuran vitamin
 - c. Diberikan dengan cara 2 hari pertama air dicampur dengan Gula merah
 - d. Hari-hari berikutnya air dicampur dengan Vitamin
- b. Usia 3 Minggu s/d 5 Minggu

- a. Diberikan pakan pelet bisa juga dicampur dengan pakan fermentasi
 - b. Pakan fermentasi berupa campuran berupa dedak padi, Bungkil Sawit,
 - c. Ampas Tahu, Dedak Jagung, dll yang dipermentasi dengan Em 4, dan Molases (Air Gula)
 - d. Minum tetap diberikan dengan campuran vitamin atau campuran herbal alami seperti sari Jahe, Kunyit, Buah Mengkudu, Temu Lawak dicampur dengan gula merah
- c. Usia 5 Minggu s/d 12 Minggu
- a. Diberi pakan Jagung halus/pecah dicampur dengan pakan fermentasi
 - b. Minum diberikan campuran vitamin
 - c. Bila perlu diberikan juga minuman alami herbal buatan

4. Pemeliharaan Kesehatan/*Biosecurity*
 - a. Pentingnya menjaga kebersihan kesehatan ternak
 - b. Penyemprotan kandang dengan disinfektan secara teratur
 - c. Membersihkan kotoran dan sisa pakan serta minum
 - d. Menyeleksi /memisahkan ayam sehat yang terindikasi sakit
 - e. Membuat bak/wadah sterilisasi ketika masuk kandang

Strategi *marketing* yang harus dilakukan yaitu dengan melakukan marketing *online* melalui media sosial seperti facebook, whatsapp, Instagram maupun tiktok. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui keberadaan dan informasi penjualan ayam merawang. Melalui status yang diupdate melalui media sosial baik melalui facebook, whatsapp, tiktok ataupun Instagram, masyarakat dapat melihat iklan yang dibuat oleh pemilik peternakan ayam

merawang. Iklan yang disebarakan dapat berupa foto, video yang disertai teks yang menarik. Foto ataupun video berisi tentang jenis ayam, kondisi ayam, kondisi kandang serta harga. Hal ini dilakukan agar mampu menjawab pertanyaan pasar. Foto dan video tersebut dibuat semenarik mungkin agar menarik perhatian penikmat medsos.

SIMPULAN

Kegiatan ini merupakan pelatihan penggunaan media sosial dan cara mempromosikan produk ayam merawang ke masyarakat agar ayam merawang dapat lebih dikenal oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan ayam merawang. Dalam pelatihan ini juga mengajarkan pemilik peternakan ayam merawang untuk membuat akun media sosial dan cara membuat konten video atau foto agar bisa diupload di media social.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik peternakan ayam merawang untuk kesediaan waktunya dan kesediaan untuk menjadi tempat melakukan pengabdian kepada masyarakat. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak LPPM yang memfasilitasi kegiatan ini serta pihak keuangan yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Frasiska, N., Wulansari, P.D. & Rahayu, N., 2020. Model pengembangan

peternakan ayam buras backyard farming di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya. *Media Kontak Tani Ternak*, 2(1), p.18. doi: 10.24198/mktt.v2i1.24784.

Hardini, S.Y.P.K., 2004. Pertumbuhan awal ayam merawang yang dipelihara bersama ayam broiler. *Jurnal Matematika, Sains, dan Teknologi*, 5(1), pp.39-52.

Hartanti, H. & Oktiyani, R., 2020. Pengembangan strategi pemasaran ayam barokah melalui digital marketing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 4(2), pp.183-190. doi: 10.31294/widyacipta.v4i2.8791.

Sinolungan, A.Y.R.M. & Lalamentik, O.J., 2019. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) peternakan ayam di Desa Tatelu Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Edupreneur: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Bidang Kewirausahaan*, 2(2). doi: 10.36412/edupreneur.v2i2.989.